



O CAMINHO DE CORA CORALINA - TURISMO LITERÁRIO OU MARKETING DO TURISMO?

CORA CORALINA'S PATH - LITERARY TOURISM OR TOURISTIC MARKETING?

Maria Geralda de Almeida

Universidade Federal de Goiás (UFG)

mgdealmeida@gmail.com

Resumo: O Caminho Cora Coralina é o mais recente produto turístico ofertado no estado de Goiás. Para dar-lhe visibilidade necessária, apostou-se no nome seu principal marketing e comercialização. Cora Coralina é a maior poetisa goiana e, ganhou destaque na literatura. Portanto, seria de supor a construção de um Caminho refletindo a sua obra, um encontro com lugares vividos e ou descritos por ela. O objetivo deste artigo é analisar as características do Caminho face à intencionalidade governamental ao nomeá-lo com aquele da celebre poetisa. Conclui-se que o Caminho ecoturístico poderá ser exitoso e, o temor de tornar Cora Coralina uma rota turística, distanciando, todavia, do viés literário pelo qual seu nome tornou-se conhecido.

Palavras-chave: Roteiro goiano. Turismo criativo. Patrimônio. Natureza do Cerrado.

Abstract: Cora Coralina's path is the most recent touristic product offered at Goiás' state. To give it the needed visibility, it betted on its name as the main marketing and commercialization point. Cora Coralina is Goiás' most important poet and was a literary highlight. Thus, it was supposed that the construction of a path based on her work would reflect its art by means of an encounter with places she lived at or described. The objective of this essay is analyzing the Path's characteristics amongst governmental intentionality into its naming associated with the renowned poet. It is concluded that even though the ecotouristic path may become successful, and with time make Cora Coralina known as a touristic route, it can distance her name from the literary origins by which she became famous.

Key words: Goiás' route; Creative Tourism; Heritage; Cerrado's nature.

Introdução

Cora Coralina é um ícone da literatura goiana, expressão maior como contista e poetisa que deu visibilidade a cidade de Goiás. Em 2015, a secretaria estadual de turismo inaugurou uma trilha ecoturística a qual nomeou de “Caminho Cora Coralina”. Neste artigo pretende-se fazer uma reflexão sobre apropriação do nome de Cora Coralina como marketing para uma atividade turística.

O propósito é analisar esta capacidade do turismo em transmutar os significados e, sua reinvenção de ressignificar os atrativos turísticos. Neste caso, questiona-se: o turismo ecológico consolidará no imaginário dos visitantes Cora Coralina como trilha no Cerrado ou permanecerá a poetisa que em prosa e versos encantou os leitores sobre a vida e lugares goianos?

Discutirei, primeiramente, sobre o turismo e o marketing turístico, em seguida a Cora Coralina enquanto poetisa e, posteriormente a apresentação do Caminho para cotejar sua estrutura e concepção com o proposto para um turismo literário.

Turismo e marketing turístico

O turismo é uma das atividades que mais tem crescido no contexto econômico mundial e por ser uma importante fonte de geração de emprego e renda tem sido bastante valorizado nas estratégias de desenvolvimento. Esta atividade, para vários países, emerge como uma possibilidade e, tornou-se uma modalidade largamente empregada nas regiões economicamente deprimidas. Como diz Almeida (1998) o turismo é uma invenção para e pelo turismo. A transformação do espaço rural em atrativos turísticos tem se tornado cada vez mais frequente e as paisagens culturais nesses espaços referem-se à idealização do contato com o meio natural. Manter seu poder de sedução para atrair cada vez mais turistas o obriga a ser criativo, reinventar para, assim continuar existindo enquanto atrativo turístico.

Em 2001, a Organização Mundial de Turismo (OMT) lançou nova diretriz ao turismo mundial: a competitividade do turismo e a luta contra a pobreza em todas as dimensões, quando desenvolvimento e subdesenvolvimento se associam ao turismo. Em 2015, o setor passou a ser fortemente apoiados pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável-ODS, ao ser amparado no oitavo objetivo de “promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todos”.

O turismo, repetimos, é compreendido constantemente como uma atividade que contribui para desenvolvimento local. Todavia, esta atividade “pode provocar, também, descaracterização da cultura do lugar visitado: o efeito demonstração pode levar ao desaparecimento da cultura, que costuma ser da comunidade receptora, diante de outra mais forte (a do turista)” (OMT, 1998, p.221). A atividade turística, portanto, também é reconhecida pela OMT com o potencial de incluir e excluir parcelas da população, mas que tem função importante na luta contra a pobreza. Existem meios para dar ao turismo, mais capacidade de contribuição ao desenvolvimento dos países, sobretudo, empregando o seu potencial para mitigar a pobreza.

No Brasil, seus diversos biomas, possibilitam vislumbrar a atividade turística como uma alternativa desenvolvimentista explorando a natureza. Um dos segmentos do turismo ligado à natureza, a concepção de sustentabilidade socioambiental e mitigação de desigualdades é denominado de Ecoturismo. Sua concepção pelo Ministério do Meio Ambiente esclarece “Ecoturismo ou turismo ecológico é o segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações” (MMA. 20 de fev de 2015). Ties (2019) ressalta o Ecoturismo e sua contribuição para valorização das culturas locais, conservação ambiental, e consequentemente com a educação para envolvimento, comprometimento e benefícios comunitários. É este o segmento do turismo almejado para o Caminho Cora Coralina.

O turismo ecológico realiza-se com a prática de caminhadas ao ambiente natural a pé ou com apoio de tração animal por trilhas ecológicas. Para Salvati (2003), as trilhas correspondem a caminhos existentes ou estabelecidos com diferentes formas, comprimentos e larguras, que aproximam o visitante do ambiente natural e cultural, ou conduza-o a um atrativo específico, possibilitando seu entretenimento ou educação pelas sinalizações ou recursos interpretativos. As trilhas podem ser guiadas, o que garantiria uma nova forma de acesso a renda ou autoguiadas e, sua existência se prende, sobretudo, a paisagem singular.

Tanto a paisagem quanto o território são dimensões marcadas por elementos patrimoniais, signos da trajetória da sociedade que ativam a memória e situam os grupos definindo suas identidades. Tais dimensões são produtos e, ao mesmo tempo, produtoras da natureza social e cultural das sociedades. Com isso, não se afirma que as ações dos homens sejam determinadas pela moldura material do meio ambiente, mas ressaltam-se as

imbricações que existem e permeiam as paisagens culturais. Elas refletem a superposição de poderes e de símbolos dos homens (GANDY, 2004).

As paisagens culturais transformam-se em objetos de políticas valorativas, conservacionistas e, também, de atrações turísticas. Para ilustrar, no ano de 2008, houve uma iniciativa do Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan Por ele, considera-se a paisagem cultural “como uma porção peculiar do território nacional, representativa do processo de interação do homem com o meio natural, à qual a vida e a ciência humana imprimiram marcas ou atribuíram valores” (*apud* WEISSHEIMER, 2010).

Cabe ressaltar que o Cerrado, no qual foi construído o Caminho de Cora Coralina, bioma predominante no Brasil Central, possui paisagens excepcionais que, em Goiás estão delimitadas em parques estaduais (do Terra Ronca, das Emas) e federal , Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, somadas as paisagens culturais históricas resultantes do período colonial. O marketing turístico valoriza estas paisagens.

Na atualidade, a concorrência pelo mercado tem incentivado aos promotores e agentes do turismo a criar marcas com autenticidade e especializar-se na sua divulgação, o que lhe tem permitido uma procura turística diversificada ao longo de todo o ano. O que se busca é desenvolver experiências turísticas únicas e inesquecíveis, respondendo às necessidades e aos desejos de um turista que pretende sair do processo de consumo transformado. Afirma Medeiros (2010) que ele vai aprender, evoluir e disso mesmo quererá dar conta aos seus amigos e familiares, aos grupos sociais em que se insere, num processo de reconhecimento e de auto-realização face à sofisticação das suas motivações Assim a valorização das marcas assenta numa ideia simples: fazer com que os produtos e serviços vendidos sob a sua caução gerem confiança e emoção nos consumidores. A capacidade de promover experiências com o consumidor é uma das fontes de valor das marcas, diferenciando os produtos e atribuindo-lhes personalidade (PINE & GILMORE, 2007).

Entende-se, portanto, porque o recurso ao nome de Cora Coralina bastante conhecido, detentor de um valor simbólico, fortemente apelativo para um empreendimento iniciante.

Uma das grandes tendências do turismo é a crescente busca para oferta com experiências diferenciadas. Estas se materializam por meio de viagens a destinos alternativos ao sol e praia nos quais o imaginário, fantasias, leituras e mídia têm papel destacado. Em breve, é um dos setores que mais cresceu nas últimas décadas e que melhor recuperou das várias crises, no plano mundial e no Brasil ganhou folego até os anos 2010. Para Madeira

(2010), a despeito disso, os desafios são redobrados, perante a incerteza e a mudança rápida, uma concorrência feroz e um consumidor experiente e exigente. Perante este contexto, os destinos rurais estão privilegiadamente posicionados para se desenvolverem turisticamente com a criação de marcas únicas que evoquem autenticidade e inovação nas experiências. Porém, porque nomear Cora Coralina? Quem foi ela?

De símbolo literário à nome de Caminho Ecológico

Cora Coralina é o pseudônimo de Ana Lins dos Guimarães Peixoto Bretas (1889-1985). Nasceu na cidade de Goiás, antiga Villa Boa de Goyaz, foi uma poetisa e contista brasileira. Considerada uma das mais importantes escritoras brasileiras, ela teve seu primeiro livro "O Poema dos Becos de Goiás e Estórias Mais", publicado em junho de 1965, quando já tinha quase 76 anos de idade, apesar de escrever seus versos desde a adolescência. Recebeu o "Prêmio Juca Pato" da União Brasileira dos Escritores, como intelectual do ano de 1983, com o livro "Vintém de Cobre: Meias Confissões de Aninha". Em 1984 é nomeada para a Academia Goiânia de Letras, ocupando a cadeira nº. 38.

A poetisa escreveu sobre o seu tempo, seu lugar e cotidiano destacando a vida de mulheres dos anos de 1900. Sua obra, além dos citados, registra: Estórias da Casa Velha da Ponte, contos, 1985; Os Meninos Verdes, infantil, 1980; Tesouro da Casa Velha, poesia, 1996 (obra póstuma); A Moeda de Ouro Que um Pato Engoliu, infantil, 1999 (obra póstuma); Vila Boa de Goiás, poesia, 2001 (obra póstuma) e O Pato Azul-Pombinho, infantil, 2001 (obra póstuma). A casa onde morou em Goiás é hoje o museu Casa Cora Coralina. Em 2002, a cidade de Goiás com sua paisagem urbana predominantemente marcada pela arquitetura dos séculos 18 e 19, recebeu o título de Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade, concedido pela Unesco.

Seus versos contem poesia e sensibilidade.

Poeminha Amoroso

Este é um poema de amor
tão meigo, tão terno, tão teu...
É uma oferenda aos teus momentos
de luta e de brisa e de céu...
E eu,

quero te servir a poesia
numa concha azul do mar
ou numa cesta de flores do campo.
Talvez tu possas entender o meu amor.
Mas se isso não acontecer,
não importa.
Já está declarado e estampado
nas linhas e entrelinhas
deste pequeno poema,
o verso;
o tão famoso e inesperado verso que
te deixará pasmo, surpreso, perplexo...
eu te amo, perdoa-me, eu te amo..

Sobre a natureza, ela concluiu:

Eu sou a dureza desses morros
revestidos,
enflorados,
lascados a machado,
lanhados, lacerados.
Queimados pelo fogo
Pastados
Calcinados
e renascidos.

Ou a mulher guerreira:

Eu sou aquela mulher
a quem o tempo muito ensinou.
Ensinou a amar a vida
e não desistir da luta,
recomeçar na derrota,

renunciar a palavras
e pensamentos negativos.
Acreditar nos valores humanos
e ser otimista.

Cabe, então conhecer a proposta do Caminho Cora Coralina.

O Caminho Cora Coralina: história, natureza. Turismo Literário?

“Ele mistura o que há de melhor na região do interior de Goiás: história, gastronomia, natureza e cultura” é a opinião de um técnico da Segplan -Secretaria de estado de Gestao e Planejamento de Goiás.

São 300/315 km que passam por 5 cidades históricas , 8 povoados, 3 parques estaduais Pirineus, Jaraguá e Serra Dourada, igrejas, inúmeras cachoeiras como Salto de Corumbá, Cachoeiras em Pirenópolis, Cachoeira do Abade, e, no que tange aos atrativos culturais Museu de Cavalhadas em São Francisco e em Pirenópolis, Casa Cora Coralina e vários museus na cidade de Goias; dependendo do período acrescentam-se a Festa das Cavalhadas e a Procissão do Fogaréu. O caminho tem como locais de partida e de chegada a cidade de Goiás e Corumbá de Goiás.

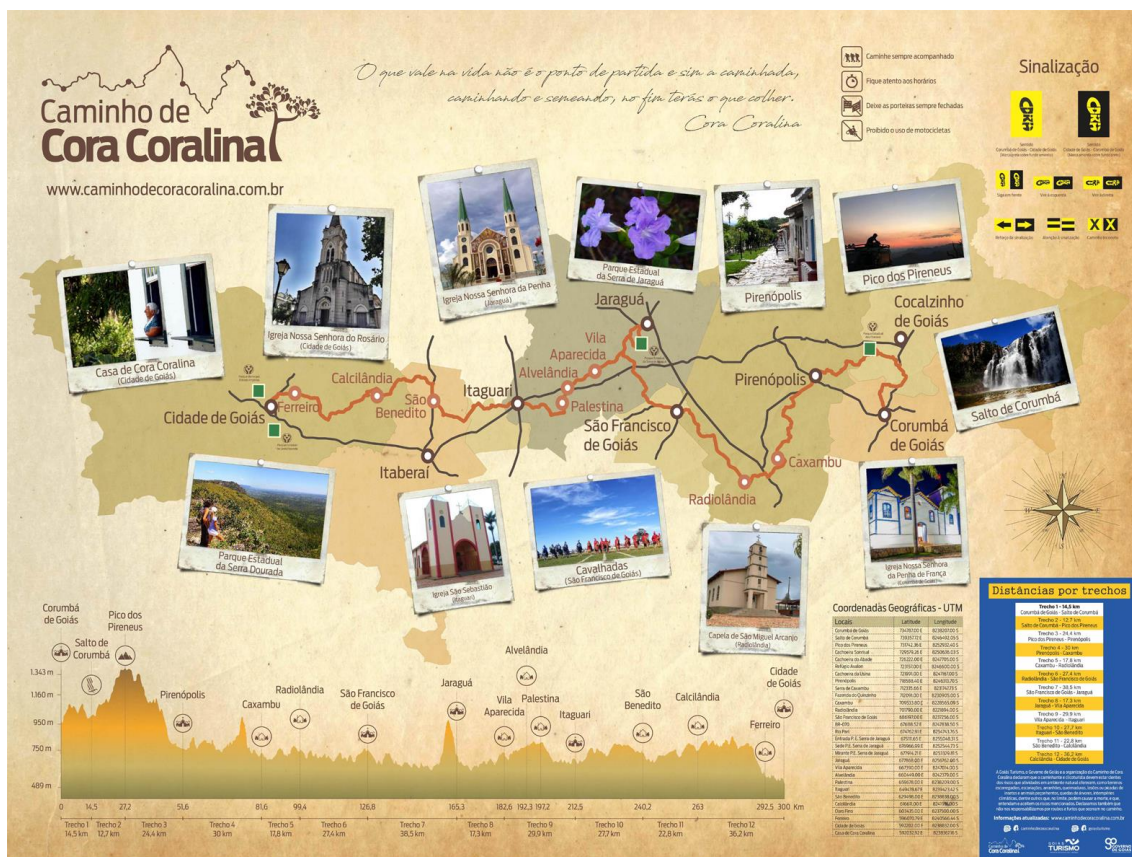


Figura 1. Mapa do caminho de Cora Coralina.

Fonte: <<https://caminhodecoracoralina.com.br/trechos/>>. Acesso em outubro de 2019.

Um trajeto cercado de natureza e poesia. Assim é o Caminho de Cora Coralina, que atravessa o interior do estado de Goiás inspirado no Caminho de Santiago de Compostella, na Espanha. O Caminho ainda é recente, foi inaugurado em abril de 2018.

O diretor de planejamento da Goiás Turismo, João Lino, em entrevista à imprensa explica que um dos objetivos da criação do Caminho de Cora é contribuir para a fixação das pessoas em seus povoados, nas comunidades e nas fazendas. “O turismo pode contribuir muito com isso”. Ele cita Palestina, Alvelândia, Radiolândia, Caxambu povoados que não se integravam ao circuito turístico e conclui: “a partir do momento que você integra isso a uma região, um produto de território, um produto regional, você ativa todas essas comunidades e acaba unindo-as também”, diz. Nota-se que é o viés economicista a motivação principal valorizada pela instituição estadual ao ressaltar a importância do novo atrativo.

Porém, considerando que era o Caminho Cora Coralina ao longo do trajeto a instituição cuidou de colocar 70 placas com poemas da poetisa e contista. Isso torna o

caminho um turismo literário? Os turistas literários interessam pelos lugares, como influenciaram a escrita e, como a escrita criou lugar. A história literária tem locais significativos, as organizações de turismo criando “caminhadas literárias”, “caminhadas poéticas” ou “trilhas literárias” (“*Literatouren*”).



Figura 2a e 2b. Placas com poemas de Cora Coralina. Fonte: Google. Acesso em Outubro de 2019.

Todas as viagens imaginárias provenientes da literatura podem passar a ser viagens concretas, vividas. A união entre literatura e viagens também se encontra presente no específico gênero de livros de viagens ou literatura de viagens. Muitos escritores certamente incitaram a curiosidade e imaginação de muitos leitores a quererem partir para uma viagem concreta. Foi o caso, como Eça de Queirós na sua exótica descrição do Egito, no livro homónimo de 1926.

Turismo Literário é uma modalidade do turismo cultural, ainda pouco conhecido no Brasil, e destina-se a um público muito específico, que são as pessoas que gostam e tem o hábito de ler. Como afirma Herbert (2001) um tipo de Turismo Cultural, visto desde uma perspectiva antropológica, na medida em que envolve turistas e visitantes reconhecendo, descobrindo e criando significantes de valores culturais com as pessoas que se tornaram parte das mitologias culturais dos lugares. Por fim, Busby e Klug (2001:316), relacionam este segmento com amediado que envolve visitas a lugares associados a livros, autores, programas de televisão e produções cinematográficas. E, na verdade, muitas séries televisivas e filmes foram e são baseados e adaptados a partir de obras literárias, como é o caso da saga

Harry Potter de J. K. Rowling. Portanto, o Turismo Literário, segundo as ações dos autores anteriores, pode ser considerado um nicho dentro de um nicho, no campo do Turismo Cultural e Patrimonial.

Pode-se dizer que é um segmento diferente, pois em vez do turista buscar informações nos guias turísticos, ele procura nos romances e contos literários, e a partir disso vai conhecer o lugar onde se passou a estória ou onde viveu o autor que escreveu tal obra. Diante disso, analisando as características do Caminho Cora Coralina, no qual valoriza o ciclismo e o entorno paisagístico da natureza e, desconhece que aquela poetisa tenha demonstrado interesse em percorrer ou visitar os locais integrantes do Caminho, há dificuldade em considera-lo como turismo literário.

Finalizando

Concluimos que houve, pela Segplan, uma intenção de assegurar o sucesso do Caminho respaldando o mesmo em uma marca já conhecida, confiável e com apelo emocional. Todavia, o Caminho anunciado como uma via para o ciclismo e andantes tem atraído aquela parcela de turistas que aprecia a natureza.

Não houve interesse por parte dos planejadores e criadores do Caminho, em valorizar o turismo literário com a Cora Coralina a despeito de usar seu nome para nomear o Caminho. Além disso, seu uso descontextualizado do universo literário abre brechas para fortalecer seu nome em práticas de turismo associado aos esportes e a natureza;

Com a utilização desta perspectiva hedônica do consumo turístico, evidencia-se que os produtos oferecidos pelo *marketing* são vistos não somente como elementos físicos e objetivos, mas também como símbolos subjetivos. E, quem sabe, percorrer o Caminho de Cora Coralina permita assimilar o nome, embora de forma enviesada, porém sempre Cora Coralina.

Referências

- ALMEIDA, M. G. Cultura - invenção e construção do objeto turístico. **Espaço Aberto 3** – Turismo e Formação Profissional. AGB/Seção Fortaleza/CE, 1998: 17-33.
- BUSBY, G., KLUG, J. (2001) Movie-induced tourism: the challenge of measurement and other issues. **Journal of Vacation Marketing**, 7 (4), pp. 316-332

GANDY, M. **Paisagem, estéticas e ideologia**. CORREA, R. L. ROSENDAHL, Z. (Org.). Paisagens, textos e identidade. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004, p.75-90.

HERBERT, D. (2001). Literary Places, Tourism and the Heritage Experience. **Annals of Tourism Research**, 28 (2). 312–333

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Paisagem Cultural**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/899/> . Acesso em: Outubro de 2019.

MADEIRA, N. **Turismo: Marketing e Comercialização de Produtos e Destinos**, Porto, Sociedade Portuguesa de Inovação, 2010.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE (MMA). **Diretrizes para uma política nacional de ecoturismo**. Brasília: MMA, 1994. Disponível em: http://www.mma.gov.br/estruturas/sedr_proecotur/publicacao/140_publicacao20082009043710.pdf . Acesso: 15/05/2015

OLIVEIRA, S, A, S. **Um Porto de encontro entre Turismo e Literatura**. Dissertação em Turismo no Mestrado da Faculdade de Letras. Universidade de Porto.2017

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Introdução ao turismo**. Direção e Redação Amparo Sancho. São Paulo: Roca, 1998.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL TURISMO. 65ª Reunião Do Conselho Executivo Da OMT 2001. **Competitividade do Turismo e Luta Contra a Pobreza**. Rio Grande do Norte, Natal, 2001.

PIME, J. B., GILMORE, J. H., 2007, **Authenticity. What Consumers Really Want**, Harvard Business School Press, Boston.

SALVATI, S. S. Trilhas. **Conceitos, Técnicas de Implantação e Impactos**. Ecosfera, artigo publicado na Internet: <http://ecosfera.sites.uol.co.br/trilhas.htm>. Publicado em 21/set 2003 Acesso em 28 junho de 2019.

TIES. **The international ecotourism Society**. Disponível em: <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/> Acesso em 28 de junho de 2019.

WEISSHEIMER, M. A. **O impacto do Bolsa Família na educação brasileira**. Carta Maior, 13 de mai. 2010. Disponível em:

http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia_id=16596. Acesso em 04 de junho 2019.

SOBRE A AUTORA**Maria Geralda de Almeida**

Possui graduação em Geografia pela Universidade Federal de Minas Gerais, mestrado e doutorado em Geografia pela Université de Bordeaux III, pós-doutorado em Geografia Humana pela Universidad de Barcelona, em Geografia Cultural pela Université Laval, Università Degli Studi Di Genova e Université de Paris IV Paris-Sorbonne. Foi presidente da Associação Nacional de Pós graduação e Pesquisa em Geografia (ANPEGE) de 2009 a 2011. Atualmente é professora colaboradora da Universidade Federal de Sergipe, professora titular da Universidade Federal de Goiás onde é pesquisadora do Laboratório de Estudos e Pesquisas das Dinâmicas Territoriais-LABOTER, e no CNPq, o Grupo de Pesquisa Geografia Cultural: territórios e identidade . Tem experiência na área de Geografia, com ênfase em Geografia Cultural, atuando principalmente nos seguintes temas: manifestações culturais, turismo, territorialidade, sertão. Redes nas quais participo: NEER- Núcleo de Estudos sobre Espaço e Representações. 18 pesquisadores de 12 instituições brasileiras. RETEC- Red internacional de estudios de territorio y cultura.- Brasil, Chile, Colômbia, Espanha, França, México, Peru, Venezuela RELISDETUR- Red latinoamericana de investigadores en desarrollo y turismo- Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Guatemala, México. RIEF - Red Internacional de Investigadores en Estudios de Fiesta, Nación y Cultura. RIEF-. Una Red con más de 150 investigadores de varias naciones. GI-1871: Grupo de Investigación de Análises Territorial, da universidad de Santiago de Compostela-Espanha.

Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/4465452999284335>

Recebido em outubro de 2019.
Aceito para publicação em janeiro de 2020.
Publicado em março de 2020.